m²

SUPLEMENTO DE ESTILO Y DECORACION DE PAGINA/12
SABADO 21 DE DICIEMBRE DE 2002
AÑO 4. Nº 203



diseño

en el peor año de nuestras vidas, una industria floreció

En medio de la peor crisis, el diseño mostró una vitalidad sorprendente. Hubo reemplazo de importados, consolidación de asociaciones y ventures de todo tipo para la producción, y una notable explosión de creatividad. Falta concretar el paso a la exportación a escala. Un panorama y la palabra de los protagonistas.

El año del arranque

POR LUJÁN CAMBARIERE

Crisis rima con oportunidad. Por lo menos para unos pocos segmentos como es el caso del diseño. Después de diez años de disfrutar, aprender y abrevar de la tiranía de lo importado, la nueva realidad del mercado dio vía libre a que sobre todo fabricantes y diseñadores locales salieran al ruedo con un producto ciento por ciento nacional. En medio de los peores augurios, escasez de líquido y materiales, cual sobrevivientes de un naufragio, las cabezas empezaron a crear.

A eso adhirieron infinidad de etiquetas, nuevas alianzas estratégicas y movidas variopintas que terminaron haciendo del 2002 un muy buen año en el diseño. Ahora, el compromiso es concretar de una vez por todas, en tiempo y forma, las tan codiciadas exportaciones, producir en volumen ajustando costos que acerquen el diseño a más consumidores, fomentar las uniones entre los diseñadores y la industria y seguir luchando, cada uno en lo que le toca, contra la copia, para que el Hecho en Argentina sea una realidad.

Creatividad al por mayor

A un año de la hecatombe, algo queda claro. Mientras muchos hacían cola en los bancos o se lamentaban, otros se inquietaban por darle pelea a este país que no siempre ofrece las mejores condiciones para el desarrollo de proyectos e ideas. Con mucho esfuerzo, revalorizaron materiales en desuso o hasta generaron microemprendimientos productivos a partir de desechos (quién hubiera dicho las utilidades que podían dársele al PET, resina plástica con las que están hechas las botellas de gaseosas). Otros reformularon técnicas que dependían de materiales demasiado onerosos. Muchos gestionaron su propio circuito de ventas mediante salones o ferias itinerantes y unos pocos hasta se abrieron paso en las internacionales (tal el caso del trío conformado por Ana Manghi, Magdalena Boggiano y Fernando Poggio).

Los organizadores de muestras colectivas no se quedaron atrás y en muchos casos también reformularon sus propuestas. Ante tantas iniciativas, por primera vez en la historia tuvimos un mes dedicado a la temática. El Centro Metropolitano del Diseño dependiente de la Secretaria de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad integró las diversas actividades como exposiciones comerciales y conceptuales –Casa FOA, Cien por Ciento Diseño, Código País, Puro Diseño, Regala, Lo atamos con, Contenido Neto, Instituto del Cobre, Hecho en Argentina– conferencias y talleres, eventos en showrooms, lanzamientos como el del distrito de la calle Arenales con concurso de vidrieras, y la visita a fábricas por parte de la prensa. ¿El objetivo? Incentivar y desarrollar el diseño argentino como instrumento estratégico de crecimiento económico.

Autóctono contemporáneo

Por último, desde distintos puntos del país, artesanos, diseñadores y arquitectos también se hicieron oír. Con la certeza de que Dios está en todas partes, pero atiende en Buenos Aires, llegaron con sus productos vanguardistas de fuerte identidad nacional gracias al empleo de exquisitos materiales como tiento, cuero y madera (cedro, roble, lenga). "A pesar de un diciembre incierto, desbordados por un descreimiento general y una situación económica poco confiable", confiesan Carlos Gronda y Arturo De Tezanos Pintos, de la etiqueta jujeña Usos, "supimos encontrarnos con nuestra propia esencia en un proyecto de diseño comprometido con nuestra identidad. Que además logró producir un hecho singular: aquellos viejos artesanos a punto de desaparecer y quedar en el olvido volvieron a poder enseñarles el oficio a sus hijos. Ojalá esto continúe y podamos seguir evolucionando", remata.

Desde el M2 compartimos ese mismo deseo. Un mayor compromiso y crecimiento.



Ricardo Blanco, arquitecto

"Diseño en estado E. ¿Por qué estado E? Porque el diseño argentino en el 2002 oscila entre la Euforia, el Escepticismo y las Expectativas. Euforia: Imposible negarse a sentirse eufórico con la exuberancia de la promoción del diseño de productos. Durante varios meses tuvimos los eventos del CMD (Puro Diseño, el Salón de Diseño, 100 x 100% Diseño, el Concurso de sillas Santorini, el Concurso del Cobre, el Concurso de pupitres, el Concurso de Casa FOA, el Premio BKF, el mes del Diseño, la propuesta de Fontenla, la Exposición en el MNBA, la exhibición de la colección permanente de diseño del MAMBA), los cursos realizados, las mesas redondas, las propuestas de Contenido Neto, los posicionamientos de Ariza y Benaso, de Los Dragones y de Team Fierro, la presencia de la FADU en el Salón Satélite de Milán, las notas periodísticas, los reconocimientos, la colegiatura de los diseñadores en la provincia de Buenos Aires... Todo parece anunciar una movida profunda y amplia acerca del diseño argentino y su lanzamiento internacional. Escepticismo: Algunos teníamos un cierto escepticismo de algunas de estas movidas porque vimos pocos industriales en esas exposiciones. Porque muchos hablan de exportación y pocos llevan cosas afuera. Porque en términos económicos no hay mejoras estables para los diseñadores jóvenes. Las empresas no encargan diseño, son los diseñadores los que se han puesto a empresarios, porque la industria en este matrimonio no recibe apoyo oficial. Además sólo vemos publicaciones de objetos en el campo de lo suntuario, no hay una movida de las instituciones oficiales para instalar el diseño para dar respuesta en lo social, no se continúan los pupitres, no se realizan los carros para los cartoneros. Expectativas: Algunos quisiéramos que los diseñadores se ocupen de lo que mejor hacen: esto es, diseñar. Que los industriales sepan que tienen mano de obra o cabezas de primer nivel en el diseño; que las instituciones se decidan a utilizar orgánicamente ese potencial y que colaboren con las empresas que apuesten al diseño; que se federalice a nivel de información los logros en diseño; que haya muchas propuestas como la de Contenido Neto o apuestas como las de Puro Diseño y que se realizaran algunos proyectos sociales; que se dé a conocer el potencial de lo ya hecho y de lo que se está haciendo en diseño a través de publicaciones especiales de calidad; que la Argentina se posicione en el lugar que merece tener en el diseño internacional. Que el plan nacional de diseño del área de la producción sea implementado para bien de todos y ¡que no nos pase

En medio de la peor crisis, el diseño mostró una vitalidad sorprendente. Hubo reemplazo de importados, consolidación de asociaciones y ventures de todo tipo para la producción, y una notable explosión de creatividad. Falta concretar el paso a la exportación a escala. Un panorama y la palabra de los protagonistas.

El año del arranque





POR LUJÁN CAMBARIERE

Crisis rima con oportunidad. Por lo menos para unos pocos segmentos como es el caso del diseño. Después de diez años de disfrutar, aprender y abrevar de la tiranía de lo importado, la nueva realidad del mercado dio vía libre a que sobre todo fabricantes y diseñadores locales salieran al ruedo con un producto ciento por ciento nacional. En medio de los peores augurios, escasez de líquido y materiales, cual sobrevivientes de un naufragio, las cabezas empezaron a crear.

A eso adhirieron infinidad de etiquetas, nuevas alianzas estratégicas y movidas variopintas que terminaron haciendo del 2002 un muy buen año en el diseño. Ahora, el compromiso es concretar de una vez por todas, en tiempo y forma, las tan codiciadas exportaciones, producir en volumen ajustando costos que acerquen el diseño a más consumidores, fomentar las uniones entre los diseñadores y la industria y seguir luchando, cada uno en lo que le toca, contra la copia, para que el Hecho en Argentina sea una realidad.

Creatividad al por mayor

A un año de la hecatombe, algo queda claro. Mientras muchos hacían cola en los bancos o se lamentaban, otros se inquietaban por darle pelea a este país que no siempre ofrece las mejores condiciones para el desarrollo de proyectos e ideas. Con mucho esfuerzo, revalorizaron materiales en desuso o hasta generaron microemprendimientos productivos a partir de desechos (quién hubiera dicho las utilidades que podían dársele al PET, resina plástica con las que están hechas las botellas de gaseosas). Otros reformularon técnicas que dependían de materiales demasiado onerosos. Muchos gestionaron su propio circuito de ventas mediante salones o ferias itinerantes y unos pocos hasta se abrieron paso en las internacionales (tal el caso del trío conformado por Ana Manghi, Magdalena Boggiano y Fernando Poggio).

Los organizadores de muestras colectivas no se quedaron atrás y en muchos casos también reformularon sus propuestas. Ante tantas iniciativas, por primera vez en la historia tuvimos un mes dedicado a la temática. El Centro Metropolitano del Diseño dependiente de la Secretaria de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad integró las diversas actividades como exposiciones comerciales y conceptuales –Casa FOA, Cien por Ciento Diseño, Código País, Puro Diseño, Regala, Lo atamos con, Contenido Neto, Instituto del Cobre, Hecho en Argentina– conferencias y talleres, eventos en showrooms, lanzamientos como el del distrito de la calle Arenales con concurso de vidrieras, y la visita a fábricas por parte de la prensa. ¿El objetivo? Incentivar y desarrollar el diseño argentino como instrumento estratégico de crecimiento económico.

Autóctono contemporáneo

Por último, desde distintos puntos del país, artesanos, diseñadores y arquitectos también se hicieron oír. Con la certeza de que Dios está en todas partes, pero atiende en Buenos Aires, llegaron con sus productos vanguardistas de fuerte identidad nacional gracias al empleo de exquisitos materiales como tiento, cuero y madera (cedro, roble, lenga). "A pesar de un diciembre incierto, desbordados por un descreimiento general y una situación económica poco confiable", confiesan Carlos Gronda y Arturo De Tezanos Pintos, de la etiqueta jujeña Usos, "supimos encontrarnos con nuestra propia esencia en un proyecto de diseño comprometido con nuestra identidad. Que además logró producir un hecho singular: aquellos viejos artesanos a punto de desaparecer y quedar en el olvido volvieron a poder enseñarles el oficio a sus hijos. Ojalá esto continúe y podamos seguir evolucionando", remata.

Desde el M2 compartimos ese mismo deseo. Un mayor compromiso y crecimiento.



Ricardo Blanco, arquitecto

"Diseño en estado E. ¿Por qué estado E? Porque el diseño argentino en el 2002 oscila entre la Euforia, el Escepticismo y las Expectativas. Euforia: Imposible negarse a sentirse eufórico con la exuberancia de la promoción del diseño de productos. Durante varios meses tuvimos los eventos del CMD (Puro Diseño, el Salón de Diseño, 100 x 100% Diseño, el Concurso de sillas Santorini, el Concurso del Cobre, el Concurso de pupitres, el Concurso de Casa FOA, el Premio BKF, el mes del Diseño, la propuesta de Fontenla, la Exposición en el MNBA, la exhibición de la colección permanente de diseño del MAMBA), los cursos realizados, las mesas redondas, las propuestas de Contenido Neto, los posicionamientos de Ariza y Benaso, de Los Dragones y de Team Fierro, la presencia de la FADU en el Salón Satélite de Milán, las notas periodísticas, los reconocimientos, la colegiatura de los diseñadores en la provincia de Buenos Aires... Todo parece anunciar una movida profunda y amplia acerca del diseño argentino y su lanzamiento internacional. Escepticismo: Algunos teníamos un cierto escepticismo de algunas de estas movidas porque vimos pocos industriales en esas exposiciones. Porque muchos hablan de exportación y pocos llevan cosas afuera. Porque en términos económicos no hay mejoras estables para los diseñadores jóvenes. Las empresas no encargan diseño, son los diseñadores los que se han puesto a empresarios, porque la industria en este matrimonio no recibe apoyo oficial. Además sólo vemos publicaciones de objetos en el campo de lo suntuario, no hay una movida de las instituciones oficiales para instalar el diseño para dar respuesta en lo social, no se continúan los pupitres, no se realizan los carros para los cartoneros. Expectativas: Algunos quisiéramos que los diseñadores se ocupen de lo que mejor hacen: esto es, diseñar. Que los industriales sepan que tienen mano de obra o cabezas de primer nivel en el diseño; que las instituciones se decidan a utilizar orgánicamente ese potencial y que colaboren con las empresas que apuesten al diseño; que se federalice a nivel de información los logros en diseño; que haya muchas propuestas como la de Contenido Neto o apuestas como las de Puro Diseño y que se realizaran algunos proyectos sociales; que se dé a conocer el potencial de lo ya hecho y de lo que se está haciendo en diseño a través de publicaciones especiales de calidad; que la Argentina se posicione en el lugar que merece tener en el diseño internacional. Que el plan nacional de diseño del área de la producción sea implementado para bien de todos y ¡que no nos pase como con la Selección y tengamos que empezar de nuevo en el 2003! Esperamos llegar a las dos próximas instancias del estado E: ¡Emoción por un Encargo!

María Sánchez, CMD

"Sentíamos una mezcla de profundo abatimiento como consecuencia de la derrota de la guerra y del quebrantamiento de la vida espiritual y económica, y de una esperanza ardiente de construir algo nuevo a partir de estos escombros", decía en una carta Walter Gropius a Tomás Maldonado en 1964. Hace exactamente un año, en medio de la devastación de la crisis hacíamos nuestras las palabras de Walter Gropius inaugurando el nuevo edificio del Centro Metropolitano de Diseño en Barracas. Sabíamos que el tiempo por venir sería muy duro, pero no conocíamos en detalle el modo. Hoy, diciembre del 2002, podemos decir que esta crisis tremenda se está transformando en la oportunidad de generar un nuevo perfil productivo; en este año transcurrido, el CMD dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha trabajado en el objetivo de instalar la Cultura del Proyecto, conjugando la dimensión delos valores y de la significación de los productos con una dimensión económica y productiva. Trabajamos para posicionar el diseño como estrategia de integración entre la demanda social y las oportunidades productivas locales y de exportación, abonando así un terreno más fértil sobre el cual nazca una nueva generación de productos y servicios, procesos y gestión empresarial. Este es el espíritu que anima todas y cada una de las operaciones e iniciativas que estamos realizando hoy y aquellas en programa para el 2003: Eucalis, Salix, Brico, NDBA, entre otros."



Mónica Cohen, arquitecta, mentora de Cien por Ciento Diseño

"En esta segunda versión de Cien por Ciento Diseño, el diseño nacional fue el protagonista a través de diseñadores productores locales. Se pudo comprobar el alto nivel de desarrollo creativo que hay en nuestro país, verificable no sólo a nivel diseño sino también en el uso de materiales autóctonos y la alta tecnología en el uso del aluminio con buen nivel de resolución en los acabados y colores, capaces de competir en calidad e innovación con firmas internacionales. Además, la muestra tuvo muy buena aceptación del público. Casi 30.000 personas concurrieron interesadas en conocer las novedades del mercado. En año muy difícil, haber podido continuar con el proyecto y tener nuevos, es un balance muy positivo."



Dolores Navarro Ocampo, creadora de Puro Diseño

"¡Oh sorpresa! Resultó que el diseño argentino es interesante, creativo, vanguardista, de calidad, a la altura de otros países, sin nada que envidiar... eso parece. Parece que fue un muy buen año, el diseño llegó a la categoría de boom, varios han quedado con la boca abierta por el camino, otros se sensibilizaron, algunos se involucraron, invirtieron, apostaron y así empezamos un año nuevo. Nuevo que, en realidad, será mejor. Mejor si pensamos que lo bueno todavía debe tener una raíz más sólida, un ámbito más estable para proyectar, para compartir. Compartir deberían los diseñadores y los empresarios. En el mundo de los negocios, los riesgos se comparten, las alianzas se respetan, los roles son claros. Claros porque es un camino muy nuevo, que recién empieza tanto para unos como para otros. Otras generaciones están naciendo, otras aprendiendo. Aprendiendo a que mientras sigamos lamentándonos porque somos un país golpeado como ningún otro, lejano como ningún otro y pobre como ningún otro, difícilmente lleguemos a ninguna puerta abierta. Abierta está desde hace mucho; podemos mostrar lo que hay por acá, sorprender con talento, llegar con astucia argentina al más allá, pero todavía falta. Falta que pongamos los pies sobre la tierra y sintamos que el boom recién asoma, que nos falta vendernos a nosotros mismos. Mismos somos los que hemos dado vuelta la cabeza para todos lados menos para el nuestro. Nuestra es la responsabilidad de trabajar seriamente para que el boom sea permanente. Permanente debe ser creer en nosotros, hagamos lo que queremos y no lo que debemos, como una vez me dijo Ricardo Blanco. Blanco es el nuevo mundo que se abre para todos, explorable, creíble, inmenso, sin límites, genial, sin lamentos. Lamentos fue lo que escuché durante mucho tiempo, al iniciar el camino de la primera edición de PuroDiseño. Algunos menos en la segunda. Quizá para la próxima ya estemos todos más convencidos. Convencidos de lo nuestro, en serio. En serio... de todo esto solo han pasado escasos dos años.



Doris Oliva, presidenta de DARA

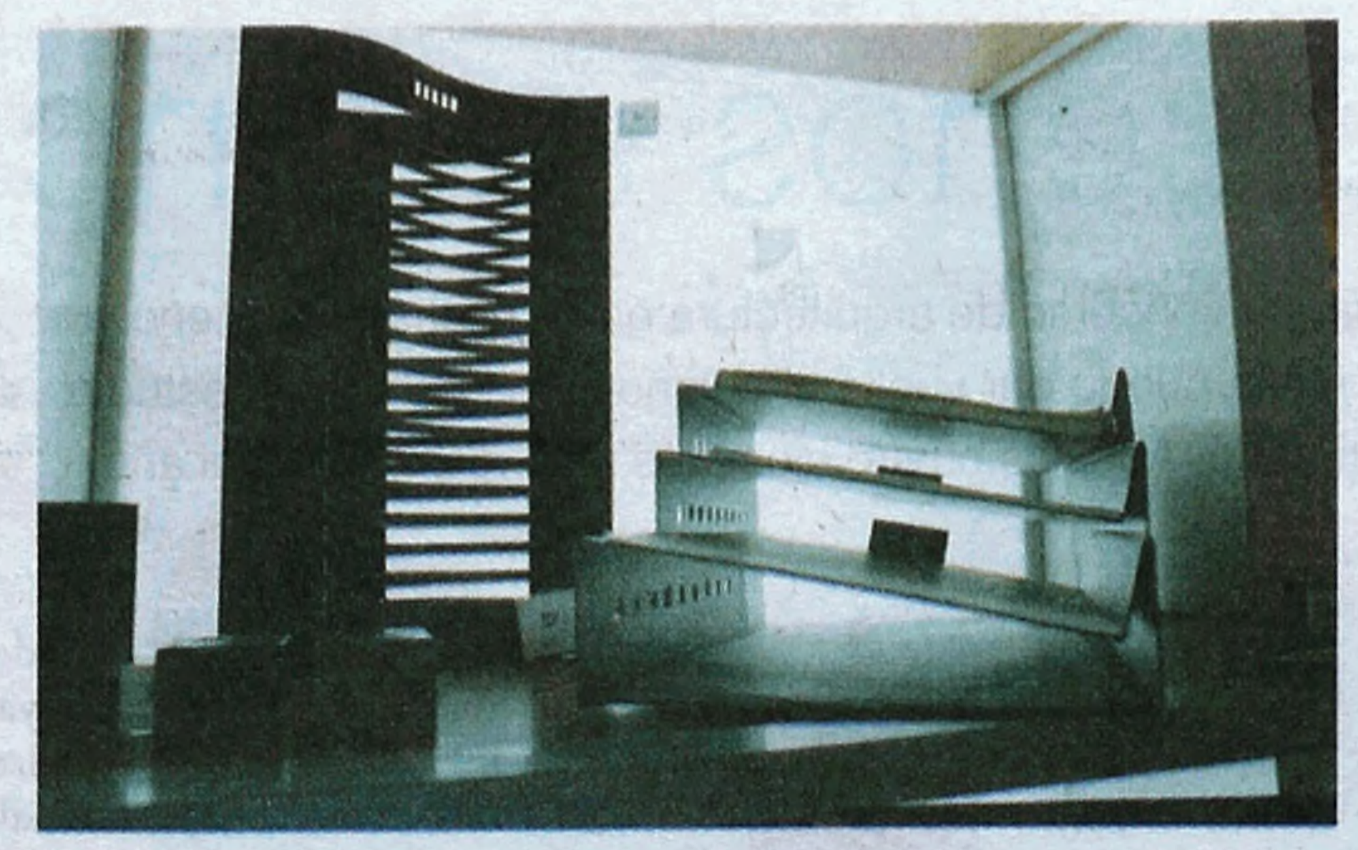
"La evolución del diseño nacional en la Argentina ha pasado por distintas etapas, y en este momento podemos apreciar grandes cambios. La mirada puesta en el mundo no nos permitía crecer en el desarrollo del producto, el alto porcentaje de importación distraía nuestro crecimiento. En la actualidad, se potenció lo que se estaba desarrollando y empezamos a posicionarnos en un alto nivel en lo que a diseño se refiere. Esto se vio reflejado en las muestras que hubo durante el año. Como presidente de DARA (Decoradores Argentinos Asociados) este año trabajamos más que nunca en el desarrollo del Diseño Nacional. Junto con el Centro Metropolitano de Diseño. Realizamos un concurso de vidrieras, participamos como jurado en el lanzamiento del Distrito Arenales, apoyamos a nuestras empresas asociadas y a nuestros profesionales. Creo que hay mucho todavía por hacer, y crear la necesidad de la importancia del diseño es una de ellas. Culturalmente nuestro país no llegó todavía a experimentar esa gran conjunción que es diseñador+más empresa=negocio. Cuando se tome conciencia de que el valor agregado del diseño es indispensable en los resultados finales, el gran cambio se verá a corto plazo." ■

El diseño en cifras

En la Ciudad de Buenos Aires las industrias, comercios y servicios, vinculados al diseño tienen una participación del 6 por ciento en el producto bruto geográfico y ocupan a cerca de 180.000 personas, lo que representa un 8 por ciento del empleo de la ciudad. Si le sumamos el aporte de las denominadas industrias culturales y de los servicios que presta el turismo observamos que todo este sistema de producción de bienes y servicios con fuerte impacto en el imaginario simbólico de la ciudad abarca el 17 por ciento del PBG y el 16 del empleo, ocupando aproximadamente a 360.000 ciudadanos (datos aportados por el CMD).









como con la Selección y tengamos que empezar de nuevo en el 2003! Esperamos llegar a las dos próximas instancias del estado E: ¡Emoción por un Encargo!



María Sánchez, CMD
"Sentíamos una mezcla de profundo abatimiento como consecuencia de la derrota de la guerra y del quebrantamiento de la vida espiritual y económica, y de una esperanza ardiente de construir algo nuevo a partir de estos escombros", decía en una carta Walter Gropius a Tomás Maldonado en 1964. Hace exactamente un año, en medio de la devastación de la crisis hacíamos nuestras las palabras de Walter Gropius inaugurando el nuevo edificio del Centro Metropolitano de Diseño en Barracas. Sabíamos que el tiempo por venir sería muy duro, pero no conocíamos en detalle el modo. Hoy, diciembre del 2002, podemos decir que esta crisis tremenda se está transformando en la oportunidad de generar un nuevo perfil productivo; en este año transcurrido, el CMD dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha trabajado en el objetivo de instalar la Cultura del Proyecto, conjugando la dimensión delos valores de la significación de los productos con una dimensión económica y productiva. Trabajamos para posicionar el diseño como estrategia de integración entre la demanda social y las oportunidades productivas locales y de exportación, abonando así un terreno más fértil sobre el cual nazca una nueva generación de productos y servicios, procesos y gestión empresarial. Este es el espíritu que anima todas y cada una de las operaciones e iniciativas que estamos realizando hoy y aquellas en programa para el 2003: Eucalis, Salix, Brico, NDBA, entre otros."



Mónica Cohen, arquitecta, mentora de Cien por Ciento Diseño
"En esta segunda versión de Cien por Ciento Diseño, el diseño nacional fue el protagonista a través de diseñadores productores locales. Se pudo comprobar el alto nivel de desarrollo creativo que hay en nuestro país, verificable no sólo a nivel diseño sino también en el uso de materiales autóctonos y la alta tecnología en el uso del aluminio con buen nivel de resolución en los acabados y colores, capaces de competir en calidad e innovación con firmas internacionales. Además, la muestra tuvo muy buena aceptación del público. Casi 30.000 personas concurrieron interesadas en conocer las novedades del mercado. En año muy difícil, haber podido continuar con el proyecto y tener nuevos, es un balance muy positivo."



Dolores Navarro Ocampo, creadora de Puro Diseño
"¡Oh sorpresa! Resultó que el diseño argentino es interesante, creativo, vanguardista, de calidad, a la altura de otros países, sin nada que envidiar... eso parece. Parece que fue un muy buen año, el diseño llegó a la categoría de boom, varios han quedado con la boca abierta por el camino, otros se sensibilizaron, algunos se involucraron, invirtieron, apostaron y así empezamos un año nuevo. Nuevo que, en realidad, será mejor. Mejor si pensamos que lo bueno todavía debe tener una raíz más sólida, un ámbito más estable para proyectar, para compartir. Compartir deberían los diseñadores y los empresarios. En el mundo de los negocios, los riesgos se comparten, las alianzas se respetan, los roles son claros. Claros porque es un camino muy nuevo, que recién empieza tanto para unos como para otros. Otras generaciones están naciendo, otras aprendiendo. Aprendiendo a que mientras sigamos lamentándonos porque somos un país golpeado como ningún otro, lejano como ningún otro y pobre como ningún otro, difícilmente lleguemos a ninguna puerta abierta. Abierta está desde hace mucho; podemos mostrar lo que hay por acá, sorprender con talento, llegar con astucia argentina al más allá, pero todavía falta. Falta que pongamos los pies sobre la tierra y sintamos que el boom recién asoma, que nos falta vendernos a nosotros mismos. Mismos somos los que hemos dado vuelta la cabeza para todos lados menos para el nuestro. Nuestra es la responsabilidad de trabajar seriamente para que el boom sea permanente. Permanente debe ser creer en nosotros, hagamos lo que queremos y no lo que debemos, como una vez me dijo Ricardo Blanco. Blanco es el nuevo mundo que se abre para todos, explorable, creíble, inmenso, sin límites, genial, sin lamentos. Lamentos fue lo que escuché durante mucho tiempo, al iniciar el camino de la primera edición de PuroDiseño. Algunos menos en la segunda. Quizá para la próxima ya estemos todos más convencidos. Convencidos de lo nuestro, en serio. En serio... de todo esto solo han pasado escasos dos años.



Doris Oliva, presidenta de DARA
"La evolución del diseño nacional en la Argentina ha pasado por distintas etapas, y en este momento podemos apreciar grandes cambios. La mirada puesta en el mundo no nos permitía crecer en el desarrollo del producto, el alto porcentaje de importación distraía nuestro crecimiento. En la actualidad, se potenció lo que se estaba desarrollando y empezamos a posicionarnos en un alto nivel en lo que a diseño se refiere. Esto se vio reflejado en las muestras que hubo durante el año. Como presidente de DARA (Decoradores Argentinos Asociados) este año trabajamos más que nunca en el desarrollo del Diseño Nacional. Junto con el Centro Metropolitano de Diseño. Realizamos un concurso de vidrieras, participamos como jurado en el lanzamiento del Distrito Arenales, apoyamos a nuestras empresas asociadas y a nuestros profesionales. Creo que hay mucho todavía por hacer, y crear la necesidad de la importancia del diseño es una de ellas. Culturalmente nuestro país no llegó todavía a experimentar esa gran conjunción que es diseñador+más empresa=negocio. Cuando se tome conciencia de que el valor agregado del diseño es indispensable en los resultados finales, el gran cambio se verá a corto plazo." ■

El diseño en cifras

En la Ciudad de Buenos Aires las industrias, comercios y servicios, vinculados al diseño tienen una participación del 6 por ciento en el producto bruto geográfico y ocupan a cerca de 180.000 personas, lo que representa un 8 por ciento del empleo de la ciudad. Si le sumamos el aporte de las denominadas industrias culturales y de los servicios que presta el turismo observamos que todo este sistema de producción de bienes y servicios con fuerte impacto en el imaginario simbólico de la ciudad abarca el 17 por ciento del PBG y el 16 del empleo, ocupando aproximadamente a 360.000 ciudadanos (datos aportados por el CMD).

Diseños a concurso

Ganar un concurso de arquitectura es una satisfacción enorme que hasta puede dar vuelta el balance del año para el estudio afortunado. Aquí los cuatro ejemplos más relevantes del año.

Cerraduras y Cerrojos
KALLAY
Esteban Kallay y Cía. S.A.

CAL Y ARENA

En lo de Kalnay
En la vieja cervecería Munich de Andrés Kalnay, reciclada en septiembre como nueva sede de la Dirección de Museos de la Ciudad, se inaugura hoy la muestra Veranos Inolvidables, una exhibición de las viejas cervecerías porteñas, de artefactos referidos a la industria, y de fotos y planos del magnífico edificio que Kalnay inauguró en diciembre de 1927. Una chance, además, de recorrerlo a gusto.

Vidrio y diseño en San Isidro
Colores, texturas e inclusiones de metal son algunas de las propuestas de la nueva colección que las diseñadoras María Tesolini Vincetic y Cynthia Orensztajn de **PM Disegno** presentan hoy en sus objetos y accesorios de vidrio. La cita es en el **Mega Evento Oma Design.** Hipódromo de San Isidro, de 14 a 22 hs. Entrada libre y gratuita.


EL PROYECTO DE MULTIMODAL DE TRANSPORTE EN LA PLATA.

POR MATÍAS GIGLI

Centro multimodal de transporte de la Ciudad de La Plata. Desde hace diez días, Jorge Moscato y Rolando Schere no paran de festejar el premio que junto con Joaquín Moscato, Ramiro Schere y Luis Wexler como asociados ganaron en La Plata. El Centro Multimodal que diseñará resolverá los problemas de transporte que surgieron a partir de la construcción de la Autopista Buenos Aires/La Plata y su llegada a la capital provincial. Ellos debieron pensar como sería la situación y su relación con la espléndida estación de ferrocarriles que cuenta la ciudad.

Mataderos/Villa Lugano. Aquí el equipo platense constituido por Roberto Germani, Evohé Germani, Horacio Morano y Inés Rubio basó su propuesta en mantener latentes los fuertes rasgos de identidad y cultural del eje de desarrollo de la Avenida Eva Perón en el sector de Mataderos/Villa Lugano. Es un concurso de ideas urbanísticas que aporta un proyecto totalizador para el Area Sur de nuestra ciudad.

Centro Metropolitano de Diseño. A principios de este año el Gobierno de la Ciudad organizó el concurso para la transformación del viejo mercado del pescado en Barracas en el nuevo CMD. Es un ejemplo de un concurso que logró pasar esa instancia y hoy Gastón Flores y su equipo: Alejandro Dafunchio, Alejandro Dayan y Sergio Ronzoni están contratados por la ciudad y materializando las ideas que ganaron hace menos de un año.

Concurso Mundial de Desarrollo Urbano para Guanajuato en México. Dos equipos argentinos ganaron el concurso organizado por la UIA y la Unesco. El trabajo que consistió en un planteo de viviendas con características bioambientales en Guanajuato, 500 kilómetros al norte de la ciudad de México, es meritorio y alentador para los argentinos. Ganar el primer y segundo premio en un certamen en el que participaron quinientos equipos de todo el mundo es reconfortante y los mendocinos Adolfo Mallea, Emilio Piñeiro, Sebastián Mallea, Rodrigo Navarro, María Julia Cerutti y Soledad Fernández Escobar supieron simplemente encontrar en la mesura de las ideas y en las notas de vitalidad un proyecto digno de un primer premio. Los platenses Roberto Germani, Evohé Germani, Pablo Germani, Uriel Jáuregui, Horacio Morano e Inés Rubio con un planteo diametralmente opuesto con mucho de radialidad y aterrazamientos obtuvieron un segundo lugar.

El Futuro
Carlos Lebrero, presidente de la Sociedad Central de Arquitectos, puntualiza la importancia del Curso/Concurso que realiza la SCA con el Ministerio de Educación. Es una convocatoria novedosa que permite el acercamiento a profesionales de una forma novedosa y participativa. Daniel Silberfaden, mentor de la propuesta, logró quebrar la distancia entre las bases escritas y la entrega con charlas explicativas y un encuentro que ayuda a la comprensión del problema: propuestas para resolver las cuestiones educativos en el interior de nuestro país con módulos móviles. Esta forma de participar puede abrir un camino para la incorporación al trabajo de un mayor número de profesionales. Los concursos deben entenderse como un espacio de reflexión y síntesis. El premio y los ganadores son un reconocimiento que viene con el trabajo. No es una meta sino la consecuencia del trabajo en equipo y la constancia a lo largo del tiempo. ■

Premio Unilever

Después de recibir 207 presentaciones, Unilever entregó su quinto premio al Diseño de Envases, con más de 12.000 pesos de recompensas. El primer premio en la categoría profesionales correspondió al muy original envase Roll Up para dentifrico y otros productos de higiene personal de Raquel Ariza, Tomás Benasso y Federico Mangiaterra. El primero en la categoria estudiantes fue para Vera Kade por su caja dosificadora de fideos secos, el "proporcionador", que permite con gran facilidad echar a la olla sólo los fideos necesarios de acuerdo al número de porciones a preparar. En cada categoría hubo otros dos premios y tres menciones. Se destaca por su ingenio la cuchara de sopa instantánea de Fisch, Focke y Bargo: es una cuchara que ya trae el polvo Knorr deshidratado. Basta levantar una pestaña y revolver.



